

# DEPOT

---

## **Unternehmensprofil der Gries Deco Company:**

### **Zuhause fühlen mit Depot**

„Home sweet home“ – dieses Sprichwort aus dem Englischen verdeutlicht ein Lebensgefühl, das besonders in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit vorherrscht. Statt Essengehen steht Kochen für Freunde hoch im Kurs, statt ins Theater zu gehen, wird gemütlich fern geschaut. Der Wunsch nach einem schönen Zuhause ist die Triebfeder hinter dem Erfolg der Gries Deco Company GmbH (GDC) mit Hauptsitz in Niedernberg bei Aschaffenburg: Die 150 Geschäfte und Shop-in-Shops mit dem Namen Depot bieten ein außergewöhnliches Sortiment zum Einrichten, Dekorieren und Verschenken. Für jede Wohnung gibt es bei Depot die passenden Produkte. Die Handelskette ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten und wird wie ein Modeunternehmen geführt. Sie ist vertikal organisiert und kontrolliert die gesamte Wertschöpfungskette von der Herstellung der Artikel bis zum Verkauf. Dadurch hat das Unternehmen eine starke Position beim Wareneinkauf und kann auch hochwertige Produkte preiswert anbieten. Es gibt vier Hauptkollektionen pro Jahr (Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter) mit jeweils vier Themen, dazu kleinere Teilkollektionen und Saisonartikel. Insgesamt umfasst das Sortiment rund 2.000 aktive Artikel. Hinzu kommt die Kollektion für die Depot Home-Läden, in denen neben Wohnaccessoires und Geschenkartikeln auch Möbel angeboten werden. Diese Produkte können auch über alle anderen Filialen bestellt werden. Wer wenig Zeit hat oder nicht in der Nähe eines Depot-Shops wohnt, kann die gesamte Kollektion auch bequem über den Online-Shop ordern. Das Geschäft im Internet entwickelt sich mit jährlichen Steigerungsraten von rund 25 Prozent sehr erfolgreich.

### **Das Depot-Konzept**

Die Depot-Filialen befinden sich vor allem in 1a-Innenstadtlagen. Passend zur Jahreszeit werden die Produkte emotional inszeniert, die Schaufenster und Shops vom Kreativ-Team des Unternehmens nach Farb- und Trendthemen dekoriert. „Wir möchten unseren Kunden ein echtes Einkaufserlebnis bieten, das sich immer wieder aufs Neue lohnt“, sagt Christian Gries, Geschäftsführer der GDC. „Deshalb betritt der Kunde bei uns alle zwei bis vier Wochen eine neue Wohnwelt – perfekt aufeinander

abgestimmt und bis ins kleinste Detail durchdacht.“ Mit einem neuen Ladenbaukonzept, das ab Herbst 2009 systematisch eingeführt wird, wurde auch das Sortiment um weitere Lifestyle-Produkte aus den Bereichen Bad/Wellness, Tischkultur und Heimtextilien erweitert. So wichtig wie die richtige Auswahl der Waren, ist deren Präsentation. Die Themenwelten werden vom Einkauf bis zum Visual Merchandising durchgeplant und arrangiert. Damit das Design wirken kann, sind nicht nur die Deko-Szenen und Warenbilder, sondern auch deren Präsentationsflächen und Warenträger gleichermaßen entscheidend. Dieses spezifische Know-how, die Liebe zum Detail und der Blick für das Ganze bilden das Erfolgsrezept von Depot.

### **Depot in Zahlen**

Der Erfolg spiegelt sich in den Zahlen wider: Das Unternehmen beschäftigt derzeit rund 1.900 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2008 einen Jahresumsatz (brutto) von rund 85 Mio. Euro (2007: 67 Mio. Euro brutto). Pro Jahr sollen rund 40 eigene Filialen sowie diverse Shop-in-Shops in Waren- und Möbelhäusern oder Concept-Stores hinzukommen. Das rasante Wachstum weckt auch Interesse bei Investoren. Im Januar 2009 hat die Schweizer Migros-Gruppe 49 Prozent an GDC erworben.

### **Die Historie**

Christian Gries, Enkel der Gründer Maria und Oskar Gries, steht seit dem Jahr 2000 an der Spitze des Familienunternehmens. Gries ist überzeugt, dass Depot in den nächsten Jahren weitere Marktanteile gewinnen wird: „Wir bieten ein ausgefeiltes Sortiment, zur passenden Jahreszeit, zu günstigen Preisen, an den richtigen Orten. Wir segeln mit voller Kraft.“ Die unternehmerische Strategie passt genau zum Lebensstil der Verbraucher: Laut GPK-Bundesverband (Bundesverband für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V.) verlangen Konsument und Konjunktur vom Handel Veränderungen in den Sortimenten und bei der Präsentation der Waren. Die Inszenierung in den Depot-Filialen bieten dem Kunden immer neue Anregungen und Produkte, die den Puls der Zeit genau treffen. Sie inspiriert und gibt konkrete Anleitung, das eigene Zuhause zu verschönern. Mit trendbewusstem Auftritt und hochwertiger, abwechslungsreicher Gestaltung wird der Kunde abgeholt, mit günstigen Preisen überrascht.

Depot ist aus den Fußgängerzonen vieler Städte nicht mehr wegzudenken. Durch Kooperationen sind die Shops auch in Kaufhäusern wie dem Münchner „Oberpollinger“ (Karstadt), bei „XXXLutz“ sowie bei Möbel Kraft vertreten. Seit Herbst 2008 ist Depot Partner von Deutschlands größtem Bonusprogramm Payback.

Die Firmenhistorie der GDC geht bis ins Jahr 1948 zurück. In Zeiten des Wirtschaftswachstums gründete das Ehepaar Gries seine kleine Firma und nannte sie „Oskar Gries Fabrikation von künstlichen Früchten und Christbaumschmuck“. Selbst hergestellte Fliegenpilze, Paprikaschoten und Eicheln für Siegeskränze waren die Verkaufsschlager der ersten Jahre. 1969 trat Michael Gries mit seiner Frau Monika als zweite Generation in die Unternehmensführung ein und erweiterten das Angebot um Gesteck- und Adventschmuck. 1995 wurde zusätzlich zum Großhandel Depot als eigene Vertriebschiene für den Endkunden eingeführt. Von nun an ging es steil bergauf. Heute steht das Unternehmen in seinem Einzelhandelssegment an der Spitze.

Dezember 2009